دور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك
(حالة مصر)

أ. مصطفي محمود محمد عبد العال عبد السلام*
بنك التمويل المصري السعودي. جيزة – مصر

The role of non governmental Organizations in Protecting the Consumer

Abstract:
This article discuss the Changing Role Of Non governmental Organizations in Closing the gap between Public and Private sector to Facing development needs, under economic adjustment policy and globalization.
This article Focus on the role of non government Organization in protecting the Consumer who hurt from economic adjustment Policy, and decrease the role of state in protecting the consumer, so that the non government organizations has grown, and multiple its control roles in protecting consumer and declare his rights, The article explain the compensational program of non government organization which lead to decrease consumer burden , and protecting them from swindling and defraud , and do this program success in achieve its objective .

Keywords: non government organization ,consumer ,
Consumer protection, globalization, economic reform, burden, legislation.

المصطلحات الأساسية: منظمات غير الحكومية، المستهلك، حماية المستهلك، العولمة، الإصلاح الاقتصادي، الغش والتدليس، تشريعات.

* باحث في شئون الاقتصاد الدولي – بنك التمويل المصري السعودي. الجيزة – مصر.
مايل: mosmabd@yahoo.com

مقدمة

ازداد الحديث في السنوات الأخيرة عن الدور الذي يمكن أن تقوم به المنظمات غير الحكومية NGO'S لسد الفجوة بين القطاع الخاص والحكومة لمقابلة متطلبات التنمية وبصفة خاصة على ضوء التغيرات العالمية ومنها: التحرير الاقتصادي وتقليص دور الدولة، تحرير التجارة والتكتلات والتجمعات، والمشاكل التي تنشأ في كثير من الدول نتيجة هذه التحولات تحتاج إلى جهات فعالة، يعتمد عليها في مواجهة مثل هذه المشاكل، وقد بدأت تتغير نظرة العالم للمنظمات غير الحكومية واعتبارها مصدر فعال يعتمد عليه في تطبيق مختلف السياسات ومواجهة الكثير من المشاكل، حيث أن هذه المنظمات تعتبر أكثر ديناميكية ومرونة من الجهات الحكومية في الوصول لكثير من الفئات الفقيرة التي لا تستطيع أن تصل إليها الحكومة.

أيضا فهناك تأكيد واضح على الدور المرتقب للقطاع الأهلي على المستوى العالمي فقد أعلنت هيئة الأمم المتحدة أن أول عام في القرن الواحد والعشرين هو العام العالمي للتطوع والمنظمات غير الحكومية التي تعمل على حفز التعاون الدولي، كما أن ميثاق الأمم المتحدة يسمح بوجود المنظمات غير الحكومية كمؤسسات استشارية في الهيئة على أن يقوم المجلس الاقتصادي والاجتماعي وهو أحد الأعضاء الست الأساسية في الهيئة بعقد الاتفاقات اللازمة معها، وبالتالي أصبحت المنظمات غير الحكومية عنصرا أساسيا في المحافل الدولية في العالم، وأقر المسئولون بالأمم المتحدة الدور الذي لا يمكن الاستغناء عنه للمنظمات غير الحكومية في الشئون التنموية العالمية ومساهمتها الجوهرية للأمم المتحدة.

وبقدر التزايد العددي للمنظمات غير الحكومية في العقدين الأخيرين من القرن العشرين كان هناك أيضا التنوع الوظائفي والتعدد في الأدوار التي باتت تلك المنظمات تضطلع بها على المستويين القومي والدولي فهذه المنظمات لا تقتصر أدوارها على الداخل فقط وإنما تتفاعل عبر الحدود القومية — وهو ما دعت إليه وتناولته هيئة الأمم المتحدة — ومن ثم تشكل بعدا حيويا لظاهرة العولمة.

وقد انتهجت مصر منذ أوائل تسعينات ق 20 مجموعة من السياسات الاقتصادية وهى ما اصطلح على تسميتها برنامج الإصلاح الاقتصادي، ويقوم هذا البرنامج على إعطاء قوى السوق والقطاع الخاص الدور الأكبر في تحقيق معدلات أعلى للنمو الاقتصادي.

وقد هدفت هذه السياسات إلى علاج الإختلالات الموجودة في الاقتصاد المصري مثل عجز الموازنة العامة وعجز ميزان المدفوعات والمديونية الخارجية وتشوهات الأسعار وإعادة النظر في وضع القطاع العام وإعادة هيكلته وتطبيق برنامج واسع للتخصصية.

وبالرغم من أن البرنامج نجح في مرحلته الأولى في تنفيذ العديد من النقاط الإيجابية مثل خفض عجز الموازنة ومعدلات التضخم وتحرير الأسعار وما إلى ذلك من النواحي الإيجابية.

إلا أنه لا يمكن تجاهل الآثار السلبية التي يمكن أن يثمر عنها تطبيق هذا البرنامج في كافة السياسات وهو ما يمثل الآثار الاجتماعية لهذا البرنامج فنجد أن مجموعة السياسات التي يشملها البرنامج مثل سياسات خفض الإنفاق وإدارة الطلب وسياسة التخصيص وتحرير الزراعة والتجارة كلها لها آثار سلبية متمثلة في الغش في المواد الغذائية والتأثير على اتجاهات المستهلكين بالإعلانات المضللة وغير ذلك من الآثار.

وعلى الرغم من الجهود التي بذلت في سبيل حماية المستهلك في مصر ومنها الحظر القانوني الذي يعمل على مواجهة الغش والتدليس والأجهزة الحكومية التي تهدف إلى حماية المستهلك، إلا أنه ما زال هناك العديد من المشكلات التي تواجه المستهلك في سبيل الحصول على بعض السلع والخدمات الأساسية، ويرجع ذلك إلى قصور الأجهزة الحكومية في الاهتمام بمصالح المستهلكين وعدم قيام منظمات الأعمال بالجهود الكافية في مجالات حماية المستهلك، وعدم وعي المستهلكين واهتمامهم بالدفاع عن حقوقهم فضلا عن قصور الإطار القانوني الخاص بحماية المستهلكين.

وتأسيسا على ما سبق فإن هناك ضرورة ملحة للاهتمام بدور المنظمات غير الحكومية في حماية المستهلكين، الأمر الذي يتطلب ضرورة التعرف على وضع هذه المنظمات وحقيقة دورها وكيفية تفعيلها وهو ما يستهدفه البحث.

أهمية الدراسة: تنبع أهمية الدراسة من:-

1- أنها تضع تصورا بديلا لدور الدولة في المساهمة في حماية المستهلك الأمر الذي يتطلب ضرورة التعرف على وضع هذه المنظمات.

2- تحديد البرامج التعويضية والمقدمة من قبل المنظمات غير الحكومية والتي ساهمت في تخفيف الضغوط لدى المستهلك وحمايته من الغش والتدليس وما مدى نجاحها بالفعل في تحقيق هذا الهدف.

هيكل الدراسة: يتم تناول الموضوع من خلال ثلاث محاور هي:

المحور الأول: الإطار النظري للدراسة.

المحور الثاني : دواعي اهتمام المنظمات غير الحكومية بحماية المستهلك .
المحور الثالث: الدور الفاعل والمرتقب للمنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك (حالة مصر).
خاتمة (نتائج – مقترحات).

المحور الأول
الإطار النظري للدراسة

يعتبر موضوع حماية المستهلك من الموضوعات الهامة وبصفة خاصة في الوقت الحاضر الذي تزايدت فيه الآفات كالفساد والغش والتدليس والاحتكار... فقد تزايدت ظاهرة الغش بصفة عامة و أصبحت تمثل خطراً كبيراً على الإنسان، والغش التجاري – أياً كان سببه – له الأثر المباشر على المستهلك ويسبب له أضراراً يتعذر تداركها أو علاجها مما يدفع إلى البحث عن وسائل للحماية الفعالة للمستهلك.

كما أن مساوئ الوضع الاحتكاري سواء كان احتكاراً كاملاً أم احتكار قله انه يغلق باب المنافسة أمام صغار الموزعين أو المنتجين مما يؤدى لرفع معدلات الربح فتتسم الأسعار بالمبالغة ولا تعبر تعبيراً حقيقياً عن قيمه السلعة أو الخدمة كما يؤدى لانخفاض معدلات الجودة للسلع وكذا انخفاض معدلات التقدم والابتكار نتيجة لانعدام المنافسة مما يؤثر بالسلب على المستهلك ويدفع للبحث عن وسائل لحمايته أيضا.

ويحتاج المستهلك للحماية أيا كان النظام الاقتصادي الذي يطبق سواء أكان اقتصاداً موجهاً أم كان اقتصاد سوق وان كان احتياج المستهلك للحماية أوضح في النظام الأخير الذي يعتمد على القطاع الخاص وغيره من آليات خاصة لا يتسع المقام لذكرها بما يترتب عليه من ظهور بعض طوائف المهنيين والموزعين والبائعين الذين يتفننون ويتحايلون من اجل إقناع المستهلك بالشراء، مستخدمين طرقاً ووسائل خداعية ومضلله من قبيل إعلانات غير صحيحة وغيرها، فضلاً عن التباين في النفوذ بين المنتجين والبائعين من جهة والمستهلكين من جهة أخرى والذي يسمح للطرف الأكثر قوه بفرض أعلى إرادته عند التعاقد.

ونظراً لما تشهده مصر من الانتقال من مرحله الاقتصاد الموجه إلى اقتصاد السوق الأمر الذي يستوجب تحقيق أقصى حماية ممكنة للمستهلكين بحسبان أن الضرر في غش السلع لا يقف عند المستهلكين بل يتعداهم إلى كل من لم تفسد ذمته من المنتجين والصناع والتجار والزراع، فهؤلاء لا حول لهم أمام منافسه غير مشروعة وهم بين أمرين أما أن يتنكبوا الغش ويلتزموا حدود الأمانة في المعاملة فيتعرضوا بذلك للخسارة، و إما أن تتهافت قواهم وتغلب عليهم شهوة الربح، فيجاروا الغشاشين في غشهم لكي لا يستأثروا دونهم بـرواج

السلعة وسهولة البيع وعلى الحالين تضمحل النزاهة، وتفسد الذمم وتذهب الثقة في الأسواق ومن ثم فقد بات الداعي إلى حماية المستهلك مطلبا هاماً وضرورياً وفي ظل تضاؤل دور الدولة في حماية المستهلك يبدو جلياً أهميه الدور الذي تلعبه بعض المنظمات غير الحكومية.

أولاً : تعريفات المنظمات غير الحكومية :

1- هناك العديد من المسميات للعمل التطوعي والمنظمات التطوعية وقد تختلف هذه المسميات حسب المجتمع الذي تعمل به، فمثلاً تعرف هذه المنظمات في الولايات المتحدة بالقطاع غير الهادف للربح وفي أوربا بالمنظمات الاجتماعية وفي العالم الثالث بالمجموعات الأهلية أو المنظمات غير الحكومية، بينما في أمريكا اللاتينية ينتشر مفهوم منظمات التنمية غير الحكومية.

2- وعلى الرغم من اختلاف المسميات إلا أنها تعبر عن نفس المعنى وستعتمد هذه الدراسة على مفهوم المنظمات غير الحكومية وذلك لانه المفهوم المتداول والمقبول من قبل الوكالات العالمية وتستخدمه في الأنشطة الاجتماعية أو التنمية وتتسم بان لها أهداف إنسانية أو تعاونيه أكثر من كونها أهداف تجاريه وتسعى بصوره عامه إلى تخفيف المعاناة وتعزيز مصالح الفقراء أو الفئات المستضعفة وتوفير الخدمات الاجتماعية والاضطلاع بتبعية المجتمعات المحلية.

3- وسنحاول في هذا المبحث عرض التعاريف المختلفة للمنظمات غير الحكومية والتي تتعدد وتتنوع مما يجعل من الصعب وضع تعريف واحد يجمعها سوياً لذا نحاول رصد اكبر قدر من التعريفات لهذه المنظمات للوقوف على خصائصها المشتركة.

تعريفات المؤسسات الدولية:

تعريف البنك الدولي: يعرف البنك الدولي المنظمات غير الحكومية بأنها تتضمن العديد من الجماعات والمؤسسات المستقلة عن الحكومة ولها أهداف إنسانية أو تعاونيه أكثر من كونها أهداف تجاريه أي أنها وكالات خاصة تقوم بدعم التنمية الدولية، وتأخذ شكل جماعات دينيه منظمه إقليميا أو قومياً أو جماعات تنشأ في القرى (Hiesos, 1999:60).

تعريف الأمم المتحدة: وفقاً لإحدى وثائق الأمم المتحدة (UNDP,1994 :87) الصادرة عام 1994 فان المنظمات غير الحكومية تمثل كيان غير هادف للربح أعضاؤه مواطنون أو جماعات من المواطنين ينتمون إلى دولة واحدة أو أكثر فتحدد أنشطتهم بفعل الإرادة

الجماعيــة لأعضــائها، تحــاول تلبيــه مطالــب أعضــائها والمجتمــع الــذي تعمــل فيه.(akivska,1999 : 26)

تعريف معهد الدراسات السياسية العامة بجامعــة Johns Hopkins: حــدد معهــد الدراسات السياسية بجامعه Johns Hopkins مجموعه من المعايير والواجب توافرهــا في المنظمة حتى تدخل ضمن القطاع الثالث وهــى: (Salamon & An Herike,1989 :74):

1- ضرورة توافر شكل رسمي للمنظمة له سمة الاستمرار، وبالتــالي يــتم اســتبعاد التجمعات المؤقتة وغير المؤسسية.

2- أي لا تهدف إلى تحقيق ربح، وبالتالي تستبعد المنظمات التي تقوم بتوزيع أرباحها على أعضائها، وذلك لأن الربح المتحقق يجب أن يوجه إلى تطوير فاعلية المنظمة ذاتها.

3- لا ترتبط كليه بالحكومة، وإن كان بإمكانها الحصول على دعم مالي أو فني مــن الدولة.

4- أن تكون الإدارة الخاصة بالمنظمة نابعة من ذاتها (Self Governing) وبالتالي تستبعد المنظمات التي تدار من الحكومة أو من أي قوى خارجية عنها.

5- ضرورة توافر المشاركة التطوعية سواء في أنشطة المنظمة أو إدارتها.

6- ألا تكون المنظمة حزبية أي لا تتبع حزب معين وهذا يؤكد على فكره استقلالية المنظمة وتوجيها إلى كل قطاعات المجتمع ولكن دون أن تكون مرتبطة بكيان حزبي معين.

تعريف تقرير التنمية البشرية الصادر عن معهد التخطيط القومي بالقــاهرة: يقــرر أن المنظمات غير الحكومية هي منظمات أهلية تطوعية العضوية والنشاط، تعبر عــن رغبــه الأفراد على الأخذ بالمبادرة والمبادئ في القيام بأنشطة اجتماعية متنوعة لخدمــة أغــراض ائتمانية وإنسانية محلية ودولية بالاعتماد على الجهود والتمويل الذاتي في المقام الأول عــن طريق حث الأفراد والمنظمات المختلفة وكذلك الحكومات على تخصيص تمويل اكبر لأداء أنشطتها المختلفة (معهد التخطيط القومي، 2000: 87).

تعريفات أخــرى

تعريف سترويد فويد (Foyd ,1994 :134): عرف فوكس هــذه المنظمــات بأنهــا مؤسسات خاصة وغير رابحة وضرورية للنظام الاجتماعي السائد وقد قسمها إلى :

1. مؤسسات علمية تخدم أغلبية المجتمع ويطلق عليها المؤسسات الرئيسية (Malarial Associations).
2. المؤسسات الطائفية والعنصرية والثقافية، و الخاصة بالمرأة وهــى غالبــاً تخــدم اهتمامات أقلية من الشعوب ويطلق عليها (Malarial Associations).

3. الجماعات والهيئات التي تهتم بخدمه وتنميه المجتمع ويطلق عليها المؤسسات المالية (Medial Associations) وهذا النوع من المؤسسات ظهر بسبب الدوافع الدينية والأخلاقية بهدف معاونة الفئات الفقيرة وتقديم يد العون إليهم من اجل زيادة الروابط الاجتماعية بين أفراد المجتمع.
4. منظمات تهدف إلى المساهمة في دفع عجله التنمية من خلال إكساب الفرع قدره اكبر على الإنتاج بالتعليم والتدريب والمعرفة والتنظيم.
5. منظمات تعمل على تأهل الأفراد للقيام بدور إيجابي في اتخاذ القرارات سواء على المستوى المحلى أو الدولي.

تعريف رالف كر يمر (kramer,1981 :285): عرف رالف كريمر المنظمات غير الحكومية بأنها جماعه ذات مصلحة واحدة تختص بأمر خاص بجماعة معينة وتحاول التأثير على السياسة العامة ولهذه المنظمات الحرية في اختيار الجماعة التي يردون خدمتها وتعتمد صفات هذه المنظمات على صفات القيادة الإدارية.

تعريف روبرت كينج (King,1991:13) : عرف روبرت كينج المنظمات غير الحكومية بأنها منظمات خاصة أو هيئات غير ممولة وغير مراقبة أو مداره من الحكومة وتنقسم هذه المنظمات إلى نوعين :

1. منظمات هادفة للربح (Profit Making) ويدخل ضمن هذه المنظمات المشاريع الخاصة التي يمتلكها أفراد.
2. منظمات غير هادفة للربح (Non Profit Making) وقسم كينج هذا النوع إلى أكثر من نوع.
3. منظمات اجتماعيه تهدف إلى خدمة المجتمع ورفع مستوى المعيشة.
4. منظمات مهنية (Professional Associations) مثل ذلك النقابات المهنية.
5. منظمات تعليمية هدفها نشر العلم وتدار بواسطة هيئه خاصة مثل الجامعة الأمريكية بالقاهرة.
6. منظمات دينية (Religious).
7. منظمات سياسية (Political) .
8. منظمات ثقافية.

تعريف مايكل برايتون (Priton,1991:80): قسم مايكل برايتون المنظمات غير الحكومية إلى :

1. منظمات خدمه المجتمع (Commodity Tracings) وتتسم بمحدودية أعضاءها و الاعتماد على التمويل المحلى.

2. وكالات دوليه للإغاثة والتنمية (International Relief And Development) وهذا النوع من المنظمات يكون لديه أعداد كبيرة من الموظفين المتخصصين ولديهم مكاتب في بلاد كثيرة ولديهم ميزانيات عالمية.

تعريف ماركو بادرون (Pardon ,1987 : 80): وصف ماركو بادرون المنظمات غير الحكومية بأنها أي منظمة لا تعتبر جزء من الحكومة ولم تؤسس بناءً على اتفاق بين الحكومات وقد تكون منظمات متخصصة أو نقابات اتحاد عمالية أو وكالات محلية أو دولية ليس لها طبيعة حكومية .

تعريف فلتون إسحاق[11] (Eshak,1993 :15): عرف فلتون إسحاق المنظمات غير الحكومية بأنها منظمات تطوعية تتكون من أشخاص انضموا مع بعض في مجموعات ولديهم أهداف مشتركة اجتماعية واقتصادية، وفي تعريف آخر (عطية أفندى ،1996) للمنظمات غير الحكومية بأنها منظمات مرنه وديمقراطية في إدارتها وتحاول خدمه المواطنين بدون تحقيق ربح.

وهناك رأى يرى أن المنظمات غير الحكومية، هى هيئات أهلية تطوعية تعمل على إرساء دعائم الرعاية الاجتماعية في المجتمعات المحلية وتحاول رفع المستوى الاقتصادي والاجتماعي للمجتمع الذي تعمل في نطاقه (زينب عبد العظيم،2002: 26) ويتضح مما سبق انه بالرغم من تعدد تعاريف ومسميات المنظمات غير الحكومية إلا أن هذه المنظمات لها خصائص مشتركة أهمها :

- أنها غير هادفة للربح.
- لا تعتمد على الحكومة.
- تطوعيه النشاط والعضوية.

والى جانب هذه الخصائص فإنها لابد ان تقوم هذه المنظمات بعمل أشياء جيدة (Good Things) تهدف إلى تحسين نوعية الحياة وتخفيف المعاناة وأن تخدم أعضائها والفئات المهمشة في المناطق الحضرية والريفية سواء داخل الدولة التي تنتمي إليها المنظمة أم خارجها.

ثانياً: تعريف المستهلك: إن العناية ببحث قضية حماية المستهلك تقتضي العناية بداية بتحديد مفهوم المستهلك باعتباره الطرف الضعيف في علاقته بالمنتج والموزع من جهة وتحديداً لمن تنصرف إليه تلك الحماية، من جهة أخرى وقد اختلفت الآراء في تعريف المستهلك ونعرض أهم هذه التعريفات وصولاً لتحديد المقصود بالمستهلك.

عرف البعض المستهلك بأنه كل من يبادر إلى الحصول على خدمه أو سلعه يحتاجها، والسلع والخدمات تختلف في نوعيتها سواء للاستعمال أو الاستهلاك النهائي أو الوسيط وسواء أكان الاستعمال عن طريق الشراء أو الإيجار أو مجاناً والخدمات التي تقدم من الحكومة أو الأفراد أو من مصدر أجنبي وتستخدم بأجر أو بدون أجر (المجالس القومية المتخصصة، 2004 :30) .

ويلاحظ على هذا التعريف أنه توسع في تحديد مفهوم المستهلك فلم يقصره على من يحصل على السلعة أو الخدمة، و إنما ادخل في مفهوم المستهلك الوسيط للسلعة أو الخدمة ويعرف البعض الآخر المستهلك بأنه هو من يتملك بشكل غير مهني سلعاً استهلاكية مخصصة للاستخدام الشخصى (احمد الرفاعى،1994 : 41) .

ويعيب هذا التعريف انه يقصر مفهوم المستهلك على من يتعاقد للحصول على السلع و لم يذكر المتعاقد للحصول على الخدمات.

وقد عرف المشرع الأسباني المستهلك في القانون الصادر في 19 يونيو 1984 الخاص بالدفاع عن المستهلكين والمستخدمين بأنه كل شخص طبيعي أو معنوي يتملك أو يستخدم بوصفه المستهدف النهائي للأموال المنقولة أو العقارية سلعاً أو خدمات ولا يعتبر مستهلكاً الأشخاص الذين يتملكون أو يستهلكون سلعاً أو خدمات بغرض إدماجها في عمليات الإنتاج أو التحويل أو التداول أو الأداء للغير أن يكونوا المستهدفين أخيرا في تلك العمليات (احمد الرفاعى،1994 : 54) .

ويلاحظ أولاً على هذا التعريف انه لم يقصر وصف المستهلك على الأشخاص الطبيعيين وإنما يشمل أيضا الأشخاص المعنويين واشترط في كل الحالين أن يكون هو المستهلك النهائي للسلعة أو المستخدم النهائي للخدمة.

وهو ما أخذت به محكمه النقض الفرنسية حيث اعتبرت أن شركة تجارية بوصفها مستهلكاً تستفيد من نصوص القانون الصادر في 10 يناير 1978 الخاص بحماية المستهلك للسلع والخدمات والشروط التعسفية بالرغم من أنها شخص معنوي يباشر الأعمال التجارية في مجال العقارات، وكانت هذه الشركة قد تعاقدت على شراء جهاز للإنذار لحماية أماكنها وتبين أن هذا الجهاز معين وطلبت الشركة إبطال العقد الذي يربطها بالبائع وقد اعتبرت المحكمة أن شروط العقد تعسفية، وبالتالي تعتبر كأن لم تكن وفقاً لنصوص القانون السابق وان الشركة رغم أنها شخص مهني ومعنوي يعمل في مجال الأنشطة العقارية إلا أنه أجنبي فيما يتعلق بالتقنية الخاصة بنظام الإنذار، كما أنها بصدد العقد محل

النزاع توجه في نفس الحالة من عدم العلم ولكنها في ذلك مثل أى مستهلك آخر(احمد الرفاعى، 1994: 70).

ويلاحظ ثانياً على هذا التعريف أنه لم يقصره على من يتملك الأموال المنقولة بل يشمل أيضا من يتملك الأموال العقارية وهو توسع مبالغ فيه فضلاً عن أن وصف المستهلك النهائي لا يتفق وطبيعة الأموال العقارية.

ويلاحظ ثالثاً على هذا التعريف أنه وردت به الحالات التي لا يعتبر من يقوم بها مستهلكا وهم الأشخاص الذين يتملكون أو يستهلكون سلعاً أو خدمات بغرض إدماجها في عمليات الإنتاج أو التحويل أو التداول أو الأداء للغير دون أن يكونوا المستهدفين أخيرا من تلك العمليات، ونرى أن ذلك من قبيل التزيد ويغنى عنها ما ورد بالتعريف من أن يكون هو المستهلك النهائي للسلعة.

وبعد العرض المتقدم يمكن القول بان المستهلك هو كل شخص يقوم بإبرام تصرف قانوني يتعلق بتزوده بالسلع أو الخدمات ليستهلكها أو يستخدمها نهائياً لأجل إشباع حاجته الشخصية والعائلية.

وباستقراء هذا التعريف يمكن القول:

أولاً: أن المستهلك هو الطرف الأخير في سلسله التوزيع وهو المستهدف من وراء عمليات الإنتاج والتوزيع فهو في النهاية الشخص الذي يتعاقد على سلع أو خدمات لإشباع احتياجاته الشخصية والعائلية، وبالطبع تكون غير متعلقة بأعمال مهنته، وبالتالي لا يعتبر مستهلكاً الشخص الذي يتملك أو يستهلك سلعاً أو خدمات بغرض إدماجها في عمليات الإنتاج أو التحويل أو التداول أو الأداء للغير. ويدور الأمر عند تعاقد المهني مع آخر على شئ غير داخل في نشاط الأول مثل المحامى عندما يشترى جهاز كمبيوتر لمكتبه – وهو هنا غير مهنى – هل يوصف بأنه مستهلك ويستفيد بالتالي من تطبق القوانين الخاصة بحماية المستهلك. و **قد اختلف الرأى في هذا الأمر**، فقد اتجه رأى آخر إلى أن مفهوم المستهلك هو مفهوم ضيق عن مفهوم غير المهني، وأن الأخير لا يستحق نفس الحماية الممنوحة للمستهلك لأنه شخص يستطيع أن يدافع عن نفسه أفضل من غيره حتى خارج نطاق تخصصه بعكس المستهلك الذي هو في موقف ضعف دائماً وهو السبب الذي من اجله تقررت حمايته. بينما اتجه رأى آخر إلى تبنى مفهوم موسع للمستهلك واعتبر غير المهني مستهلكاً يستفيد من نصوص القوانين الخاصة بحماية المستهلك إذا كان يتعاقد على سلعه أو خدمه لإشباع حاجاته الخاصة، وغير متعلقة بأعمال مهنته.

والاتجاه الأخير اتجاه منطقي ذلك أن المهني خارج نطاق مهنته هو في حقيقته مستهلك عادى واتجاه محمود من ناحية أخري إذ انه يوسع من نطاق الحماية للأشخاص عندما يتعاقدون على سلع أو خدمات لاحتياجاتهم الشخصية والعائلية.

ثانياً: إن وصف المستهلك لا يقتصر على الشخص الطبيعي، وإنما يشمل الشخص المعنوي عند تعاقده على سلع أو خدمات غير متعلقة بنشاط الشخص المعنى ومن ذلك شراء شركه مكاتب للمواطنين أو أجهزة تهويه، ومرجع ذلك إلى وجود الشخص المعنوي في نفس الحالة التي يوجد فيها المستهلك العادي والتي من اجلها تقرر حمايته وهو أنه لا يعلم بخصائص السلعة أو الخدمة فهو غير متخصص فيما هو مقدم على التعاقد عليه.

ثالثاً: إن مفهوم المستهلك لا يقتصر على من يتعاقد على استهلاك سلع فقط، وإنما يشمل أيضا من يتعاقد على استعمال خدمات.

المقصود بحماية المستهلك: بعد أن أوضحنا مفهوم المستهلك نعنى بإيضاح معنى حماية المستهلك، قد يرى البعض أن حماية المستهلك تعني حقوقه وضمان حصوله على تلك الحقوق قبل البائعين بكافه صورهم سواء كانوا تجاراً أو صناعاً أو مقدمي خدمات.

وينظر البعض إلى حماية المستهلك باعتبارها حركه اجتماعيه تهدف إلى ربط حقوق وقوى المشترين في علاقتهم بالبائعين فهى تبحث عن المصلحة العامة أو الجماعية للمستهلكين في جميع المجالات أو بمعنى آخر هي الجهود المشتركة والمنظمة في المجتمع لحماية حقوق المستهلك في تعاملاته مع الغير سواء كان التعامل في سلعة أو خدمة.

ويلاحظ على التعريف الأول أنه يصلح لان يكون توضيحاً للهدف من حماية المستهلك أكثر من صلاحيته ليكون تعريفاً لتلك الحماية، كما يلاحظ على التعريف الثاني أنه يعنى بإيضاح إحدى وسائل هذه الحماية وهى الجمعيات والمنظمات التي تهدف إلى حماية المستهلك.

وفي رأى ثالث أن الحماية كلمة تعنى درء الخطر وعندما يضاف إليها كلمه المستهلك فان هذا يعنى درء الخطر عن المستهلك، وان الخطر الاستهلاكي يتمثل في أحد أمرين أولهما يهدد حياة الفرد مثل التسمم الناتج عن تناول الأغذية الفاسدة، والثاني يتمثل في ضياع المنفعة الاقتصادية للسلعة ويعنى ذلك عدم تحقيق الإشباع المستهدف أو تحقيق درجه اقل من المنتظر.

ويلاحظ علي هذا التعريف أنه لا يعدو أن يكون مجرد تعريف لغوى لمعنى كلمة الحماية وليس تعريفاً اصطلاحياً.

ويمكن القول بأن المقصود **بحماية المستهلك هو مجموعة القواعد والسياسات التي تهدف إلى منع الضرر والأذى عن المستهلك وكذا ضمان حصوله على حقوقه قبل البائعين.**

ونشير بداءة إلى أن حماية المستهلك في نطاق السوق الحرة لها شرطان أساسيان:

– أولهما أن تتصف هذه الحماية بالعدالة والتوازن في الحقوق والواجبات بين أطراف التعامل، فالقواعد والسياسات بقدر عنايتها بمصلحه المستهلك وحمايته فهي تحمى أيضا المنتج الشريف، ذلك أن الافتئات على الأخير يمكنه أن يؤثر على إنتاج السلعة حتى وصولها إلى المستهلك. ففي مرحلة الإنتاج يمكن حماية المستهلك بمراعاة الشروط الصحية والمواصفات الفنية في إنتاج وتخزين السلع وإلزام المنتجين والموزعين بنظام للإفشاء الكامل للمعلومات عن مكونات كل سلعه ومصدرها ونوعيتها، و أوصافها، وأسعارها وتاريخ الصلاحية عن طريق قائمة ترفق بالغلاف أو العبوة بما يؤدى إلى تعزيز قدرة المستهلك على الانتقاء والاختيار وبما يضمن في نفس الوقت تدعيم الموقف التنافسي للمنتجين والموزعين الذين يلتزمون بتقديم أجود السلع بأفضل الأسعار.

– ثانيهما أنه من سبل الحماية أيضا في مجال الإنتاج اشتراط وجود شهادات أو نتائج تجارب وتحاليل معملية تصل إلى علم وفهم المستهلك واشتراط شهادات الجودة من الجهات الرسمية المعنية كشرط لطرح المنتج في الأسواق.

وفي مرحله التوزيع يمكن حماية المستهلك بمراعاة عدم المغالاة في هامش الربح المقرر للسلعة وإعلان الأسعار النهائية للسلعة على كل وحده وحماية المستهلك بصوره أكثر فاعلية من صنوف الدعاية الكاذبة والإعلان الزائف وكذا الإعلان الذي من شأنه أن يحمل الجمهور على الغلط.

المبحث الثاني : دواعي اهتمام المنظمات غير الحكومية بحماية المستهلك

تزداد أهمية دور الجمعيات غير الحكومية في حماية المستهلك في الدول النامية عنه في الدول المتقدمة، فالدول الأخيرة تتميز باتساع السوق، بالنسبة للصناعة الواحدة حيث يوجد أكثر من مصنع، وأكثر من منتج، واحتمالات الاحتكار في أسواق الدول المتقدمة أقل منها في أسواق الدول النامية، والتي ما زالت في المراحل الأولى للتقدم، حيث أن

السوق فيها صغير والمعلومات عن السلع عند المستهلك ليست واضحة أو وافية، ووسائل الإعلام العام لتعريف المستهلك بحقائق السلعة ومواصفاتها وجودتها غير متوافرة ويترتب على ذلك أن احتمال الغش وعدم الالتزام بالمواصفات القياسية هو احتمال أكبر في سوق الدول النامية عنه في سوق الدول المتقدمة (مصطفي السعيد ،1998 : 527).

ومن هنا يثار التساؤل عن دواعي اهتمام المنظمات غير الحكومية بحماية المستهلك، حيث فرضت المتغيرات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي يشهدها المجتمع المصري المزيد من الاهتمام بدور الجمعيات الأهلية في حماية المستهلك.

ومن أهم هذه الدواعي والدوافع ما يلي:

1- تبني سياسات وبرامج الإصلاح الاقتصادي: مما لا شك فيه أن هناك علاقة وثيقة بين مستوى التنمية الاقتصادية والاجتماعية ونمط النظام الاقتصادي المتبع في الدولة من ناحية، ومستوى الحماية الممنوحة للمستهلك، والمدى الذي يجب أن تصل إليه من ناحية أخرى. وقد اتجهت دول عديدة من بينها مصر إلى تطبيق برامج للإصلاح الاقتصادي، من خلال مجموعة من الإجراءات والسياسات ذات الطبيعة الاقتصادية والاجتماعية، لتحرير الاقتصاد القومي، وتشجيع الاستثمار الخاص المحلي والأجنبي، وتحرير تجارة الاستيراد والتصدير، وتخفيض الرسوم الجمركية تدريجياً، اتفاقا مع نصوص اتفاقية الجات (حمدى عبد العظيم،1998 : 40) .

وفي ظل الاتجاه إلى الاقتصاد الحر وتقليص دور الدولة في الإنتاج المدعوم أو المسعر أو المطابق للمواصفات، فإن ذلك قد يغري بعض التجار أو المستوردين أو المنتجين على تحقيق أقصى ربح ممكن على حساب المستهلكين. ولكن الاقتصاد الحر لا يعني تخلي الدولة عن دورها في حماية المستهلك، حيث أن هناك قوانين كثيرة مهتمة بحماية المستهلك والدفاع عن حقوقه مثل القانون رقم 281 لسنة 1994 الخاص بقمع التدليس والغش. كما أن هناك قوانين العلامات التجارية، بالإضافة إلى القرارات الوزارية مثل القرار رقم 619 الخاص بشهادات المنشأ، لمحاربة السلع التي لا يعرض أصلها، بهدف حماية حقوق المستهلك (ناظم حنفي، 1998: 14).

وفي عام 2000 قرر وزير التموين والتجارة الداخلية إنشاء المجلس الدائم لحماية المستهلك برئاسة الوزير وعضوية ممثلين عن وزارات الزراعة، والصحة، والصناعة، والتربية والتعليم والتأمينات والشئون الاجتماعية والاقتصاد والإعلام والتنمية المحلية والبيئة والبترول والتعليم العالي والدولة للبحث العلمي، بالإضافة إلى عدد من رؤساء الجمعيات الأهلية

المهتمة بحماية المستهلك (الأهرام المسائي ، 2000/8/12) ، ويهدف المجلس إلى توجيه المواطنين وتوعيتهم ، لمواجهة احتمالات الغش التجاري في السلع المختلفة، ورسم السياسة العامة لحماية المستهلك في الدولة، بالتعاون مع الوزارة أو الجمعيات أو الشخصيات العامة (الأهرام المسائي ، 2000/8/12) . و **يتضح** دور ونشاط المجلس الدائم لحماية المستهلك من خلال ما يلي:

- المتابعة المستمرة للأسواق لملاحظة مدى الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك في الأسعار والجودة والضمان، وكذلك متابعة البيانات والإعلانات والعروض الترويجية وعدالة شروط البيع وغير ذلك من جوانب المعاملات.
- دراسة الشكاوى المقدمة من المستهلكين والتحقيق فيها، والعمل على إيجاد الحلول المناسبة بشأنها أو إحالتها إلى الجهات القضائية المختصة.
- تقديم المقترحات بشأن تطوير الأنظمة والقواعد السارية بما يحقق زيادة استقرار الأسواق والمعاملات.
- اتخاذ كل ما يلزم لحماية المنافسة ومنع الاحتكارات الضارة.
- إصدار تراخيص البطاقات التسويقية وعروض التصفية.
- إصدار تصاريح التخفيضات والعروض الترويجية.
- التوعية المستمر للمستهلكين للتعريف بحقوقهم والتحفيز للتمسك بها من خلال الوسائل والأساليب القانونية.
- التوعية المستمرة للتجار والمنشآت بكافة أنواعها بضرورة الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك في مختلف جوانب المعاملات.
- تلقي ودراسة شكاوى المستهلكين و اتخاذ ما يلزم بشأنها.

ولكن على الرغم من وجود قوانين لحماية المستهلك في مصر، إلا أن أهم ما يعيب هذه القوانين هو تقادمها، فضلاً عن صدورها في ظل ظروف معينة مثل الحرب العالمية الثانية، والحاجة إلى تشجيع الاستثمار العربي والأجنبي بعد حرب أكتوبر 1973 (احمد عبد الهادى ،2003 : 41) .

يضاف إلى ما سبق أنه إذا كان للجوانب القانونية والمؤسسات والأجهزة التابعة للدولة دور كبير في حماية المستهلك والمنظمات في نفس الوقت، فإن المشكلة ليست في كم أونوع القوانين والقرارات التي تنظم النشاط التسويقي، وإنما في مدى الفعالية والأسلوب الذي تطبق وتنفذ به هذه القوانين أو القرارات في نفس الوقت. كما أن الأجهزة التابعة للدولة والتي تقوم بتنفيذ هذه القوانين تؤدي دورها في ظل ظروف اقتصادية غير مناسبة، بالإضافة إلى العديد من المعوقات الأخرى التي تحد من فعالية هذه الأجهزة نحو تأدية دورها على

الوجه المطلوب. ومنها عدم تطوير الأداء الفني للأجهزة الحكومية القائمة علي مراقبة الأداء في الأسواق مع عدم تطوير نظم المراقبة ونظم ضمان وصول الدعم إلي مستحقيه و تعقد إجراءاته، وعلى مستوى التجارة الداخلية لم يتم تهيئة البيئة التجارية في السوق الداخلي لتوفير الوسائل التي تحافظ علي حرية المنافسة ومنع الاحتكار أو حتى تحديث معامل الفحص وأجهزة القياس لتواكب التطور المتسارع في السلع والمنتجات المتداولة في الأسواق، أو تطوير قدرة التعاونيات الاستهلاكية لزيادة فاعليتها في تحقيق الاستقرار في أسواق السلع الاستهلاكية الرئيسية.

ويعتبر المستهلك نفسه أحد المعوقات التي تحول دون التطبيق الصحيح للقوانين، إما بسبب عدم معرفته أو بسبب اضطراره لسلوك سلبي مثل التعامل مع السوق السوداء، للحصول على بعض السلع الأساسية التي يحتاج إليها(احمد عبد الهادى،2003: 51).

وإزاء ما سبق، تبرز أهمية الجمعيات الأهلية لتعويض قصور القوانين والأجهزة الحكومية في حماية المستهلك، خاصة في ظل التطورات التي لحقت بدور الدولة.

2- ازدياد دور الجمعيات الأهلية في عملية التنمية: إذا كان تخلي الدولة عن التقديم المباشر للخدمات قد أدى إلى تشجيع القطاع الخاص الذي يعمل ضمن آليات السوق، لتحقيق الربح، فإنه قد أدى أيضاً إلى تشجيع المنظمات الأهلية على تقديم بعض الخدمات الأساسية (شهيدة الباز،2002 : 19) . وقد ساعد على تنامي دور الجمعيات الأهلية في عملية التنمية بصفة عامة التغييرات السياسية العالمية التي حدثت في تسعينات ق20 والتي وصلت إلى قمتها بانهيار النظام الاشتراكي الذي كان للدولة دور محوري فيه. كما يرجع أيضاً إلى الاتجاه إلى التعددية السياسية والدعوة إلى ضرورة الإسراع في تحقيق الديمقراطية الليبرالية. وفي هذا الإطار، أصبحت الجمعيات الأهلية أحد أهم البدائل لتقديم الخدمات والمشاركة في عملية التنمية.

والدور الإنمائي للمنظمات غير الحكومية فيبرز لنا هذا الدور المتنامي في التنمية الاقتصادية والاجتماعية حيث قد تغير دور هذه المنظمات من منظمات إغاثة ورعاية إلى منظمات فاعلة اقتصاديا واجتماعيا، وفي ذلك يشير العديد من المحللين إلى التحول التدريجي في الأنشطة الإنمائية للمنظمات غير الحكومية ، ومن أشهر هؤلاء المحللين في هذا الإطار "كورتين" **(Korten ,1990)** الذي حدد ثلاث أجيال من التوجهات الإستراتيجية الإنمائية لتلك المنظمات **)**:

أول هذه الثلاثة هو الإغاثة والرفاهية، حيث أن العديد من المنظمات غير الحكومية الدولية الضخمة بدأت كمنظمات خيرية تتولى عمليات الإغاثة وتقديم خدمات الرفاهية للفقراء

عبر أنحاء العالم، وقد ظلت جهود الإغاثة تمثل استجابة ملائمة وهامة في المواقف الطارئة التي تتطلب استجابة فعالة وعاجلة، ولكن كاستراتيجية إنمائية فإن مقترب الإغاثة والرفاهية يساهم فقط في تخفيف الأعراض، ومن ثم كان التحول أمرا حتميا.

ثاني هذه الثلاثة هو الاعتماد على الذات، كانت المنظمات غير الحكومية معظمها من دول الشمال قامت بمشروعات استهدفت زيادة القدرة المحلية على مواجهة الاحتياجات، والسيطرة على الموارد الضرورية والمطلوبة لتحقيق التنمية المتواصلة، وقامت تلك المنظمات بعمل تحليل نقدى للأسباب الهيكلية للتخلف وللعلاقات بين الشمال والجنوب، غير أن نشاط هذه المنظمات لم يتركز على الضغط من أجل الحصول على مزيد من المساعدات بقدر تركزه على محاولة إزالة القيود والعقبات التي تحول دون تنمية العالم الثالث سواء على المستوى المحلى أو الدولي.

ونأتى **لثالث** هذه الأدوار والأطوار والمتمثل في التنمية المتواصلة أو المستدامة، حبث اتجهت المنظمات غير الحكومية إلى محاولة تطوير نظم مستدامة للتنمية إدراكا من أن أي عملية إنمائية معتمدة على الذات ستكون قابلة للتأثر إذا لم يكن هناك الإطار السياسي والمؤسسي الذي يشجع ويدعم المبادرات المحلية.

ومن ثم فهذا الجيل يعمل على طرح وتطوير السياسات والنظم السياسية التي يعمل في إطارها لتحقيق هدفه المتمثل في التنمية المستدامة والتي محورها وبؤرة اهتمامها هو الأفراد، وهذه الإستراتيجية الإنمائية التي محورها البشر تقوم على احتياجات وحقوق الأفراد وخاصة الأكثر فقرا والأكثر ضعفا في المجتمع.

وتدرك المنظمات غير الحكومية أن التنمية المتواصلة لن تتحقق إلا عبر شبكات عمل مترابطة، ومن ثم فإن هناك تحالفات استراتيجية يتم صياغتها فيما بين المجموعات المختلفة الممثلة لمجموعة كبيرة من الاهتمامات مثل البيئة، العدالة الاجتماعية، مشاركة المرأة، العمل..الخ من أجل التأثير على اتجاه التنمية دوليا وإقليميا، كما تدرك أيضا أن الالتزام الحقيقي بالتنمية المستدامة لن يتأتى فقط من قبل الحكومات ولكن من الأفراد أنفسهم الذين يعانون التهميش والفقر، وسوء استخدام الموارد، فهؤلاء من المحتمل أن يدعموا بقوة فكرة التنمية المستدامة وتؤمن تلك المنظمات بأن عملية الدفع الرسمية للتنمية المستدامة التي تضطلع بها الأمم المتحدة من خلال المنظمات الدولية والمنظمات الإقليمية، والحكومات القومية، والقادة السياسيين لن يكون لها قيمة حقيقية بدون وجود قدر أكبر من المشاركة من جانب الأفراد والحكومات في عملية اتخاذ القرارات بشأن استخدام الموارد الدولية — مادية ومالية وإنسانية.

وفي ظل تنامي دور الجمعيات الأهلية في عملية التنمية بصفة عامة، فإن من المنطقي أن يكون لها دور أيضاً في حماية المستهلك.

3- اتفاقية الجات والمنافسة: تعتبر اتفاقية الجات إطار عمل منظمة التجارة العالمية التي بدأت عملها منذ أول يناير سنة 1995. ولا شك في أن فتح أبواب الاستيراد وتخفيض القيود التعريفية وغير التعريفية المفروضة على الواردات من الدول الأجنبية يمكن أن يترتب عليه بعض الآثار السلبية أو الأضرار التي تلحق بالمستهلكين، نتيجة الغش التجاري وانتهاء صلاحية بعض السلع المستوردة وعدم صلاحية بعضها للاستهلاك الآدمي. وذلك بالإضافة إلى احتمالات نشوء الاحتكارات التجارية ورفع أسعار الكثير من السلع الهامة (حمدى عبد العظيم، 1998 : 45).

واعتباراً من 30 يونيو سنة 1995، أصبحت مصر عضواً كاملاً وأصلياً في منظمة التجارة العالمية، وذلك بعد مرور ثلاثين يوماً على إيداع وثائق تصديقها على اتفاقية إنشاء المنظمة والوثيقة الختامية المتضمنة الاتفاقيات التي أسفرت عنها جولة أوروجواي. ولاتفاقية الجات دور في حماية المستهلك، من خلال تحديد المواصفات القياسية للسلع المستوردة بالشكل الذي يمنع الغش التجاري ويؤدي إلى عدم استيراد السلع الرديئة الصنع والتي قد تؤدي إلى الإضرار بالإنتاج المحلي أو بصحة وسلامة المواطنين. كما تعمل على ضمان المواصفات التي تأخذ البعد البيئي في الاعتبار ، ومحاربة الممارسات الضارة والمقيدة للمنافسة (جمال صيام،1997 :6).

4- انتشار ظاهرة الغش: شهدت الفترة منذ بداية الأخذ بسياسة الانفتاح الاقتصادي، خاصة خلال السنوات القليلة الماضية، زيادة ملحوظة في كميات السلع الفاسدة أو الملوثة أو المغشوشة أو غير المطابقة للمواصفات القياسية المصرية التي تتسرب بطريقة أو بأخرى إلى الأسواق، سواء كانت هذه السلع منتجة محلياً أو مستوردة أو مجهولة المصدر (المجلس القومي للخدمات والتنمية الاجتماعية، 2003 : 15).

وتشمل حالات الغش والانحراف اللحوم غير الصالحة للاستهلاك الآدمي، والأدوية المنتهية الصلاحية، والأسمنت المغشوش، وقطع غيار السيارات غير الصالحة، والمنتجات والخدمات العامة المرتفعة الأسعار، وحديد التسليح غير المطابق للمواصفات...ألخ. وقد أكد ذلك الأستاذ الدكتور/ أحمد جويلي عندما كان وزيراً للتموين والتجارة، حيث قال "صحيح إننا نضبط كل يوم لحماً فاسداً في الأسواق إما لانتهاء مدة صلاحيته أو لسوء تخزينه. ولكن ليس لأنه اجتاز منافذ البلاد من الأصل في حالة فاسدة أو غير صالح للاستهلاك الآدمي (الأهرام، 1997/7/18). وتمتد حالات الغش لتشمل استيراد قمح

مخالف للمواصفات، وارتفاع نسبة الرطوبة فيه (الوفد، 1997/7/18). كما قد تشمل كذلك استيراد لحوم فاسدة أو مصابة بأمراض مثلما حدث في سنة 1997، حيث أصدر الاتحاد الأوربي بياناً أكد فيه أن مصر جاءت ضحية ضمن مجموعة دول دخلتها لحوم بلجيكية مصابة بمرض جنون البقر (الشعب، 1997/7/18).

ولا يقتصر الغش على المواد الغذائية التي يتناولها المواطنون، بل يصل إلى الأعلاف المغشوشة، فمن بين الأمثلة الدالة على ذلك تعرض أكثر من 16 مزرعة تتبع الجمعية التعاونية المتخصصة في تنمية الثروة الداجنة بمركز الصف بمحافظة الجيزة لمزيد من الخسائر، بسبب الأعلاف المغشوشة والكتاكيت المريضة التي استوردها إحدى الشركات التي تعمل في هذا المجال، دون رقابة كافية. وعلى الرغم من أن هناك مندوبين يراقبون إنتاج الأعلاف، إلا أن نتائج التحاليل أشارت إلى فساد هذه الأعلاف وأنها لا تصلح للاستهلاك الداجني. أما الكتاكيت فهي مصابة بمرض التقزم وأمراض أخرى كثيرة (الأهرام، 200/7/1) وتأكيداً لما سبق، فقد سبق عدد القضايا التي تم ضبطها عن طريق مباحث التموين والرقابة التموينية في عام 1993 (6479 قضية) (مجلس الشورى المصري ، 1995: 60) كما بلغ إجمالي المخالفات خلال الفترة من أول يناير حتى نهاية أغسطس 1999 حوالي 245.462 ألف مخالفة (70% سلع غير غذائية، 30% سلع غذائية) (الأهرام الاقتصادي، 1999/9/27) .

وفي يونيو سنة 2000 أكد وزير التموين والتجارة الداخلية أن الحملات الرقابية خلال خمسة أشهر قد أسفرت عن ضبط 158 ألف محضر منها 51 ألف محضر للمخابز، وأكثر من ألفي محضر للمطاحن، بالإضافة إلى 105 آلاف محضر بالأسواق. كما تضمنت ضبط 8 آلاف محضر لعرض سلع مجهولة المصدر. كما تم ضبط 7303 مصانع تعمل بدون ترخيص (محمود المراغى، 1998:18).

ومن القضايا التي تم ضبطها قيام صاحب مصنع نسيج متوقف عن الإنتاج، باستخدام مصنعه في تجميع كميات كبيرة من مخلفات المستوصفات والعيادات الطبية، وإعادة تنظيفها وتغليفها في عبوات جديدة وعرضها للبيع بالصيدليات (الإدارة العامة للإرشاد الاستهلاكي وحماية المستهلك، 2003).

وقد تقوم الشركة بالغش في منتجاها، بعيداً عن المركز الرئيسي لها، فعلى سبيل المثال عندما تم منع إحدى شركات صناعة الملابس الجاهزة بالولايات المتحدة الأمريكية من توزيع ملابس نوم للأطفال تُطلى بمادة كيميائية تبين أنها تسبب السرطان إذا لامست جلد من يلمسها في الولايات المتحدة الأمريكية، قام بعض الموزعين ببيعها في بعض الدول

النامية. ويفسرون ذلك بأن معايير الأمان المقبولة تختلف من دولة لأخرى (احمد عبد الهادى،2003 :55). وهناك أيضاً بعض المنتظمات بالدول المتقدمة تقوم بإنشاء فروع لها أومصانع تابعة لها بدول أخرى، خاصة الدول النامية، وذلك لتجنب قوانين المحافظة على البيئة من التلوث التي تمنع إنشاء مثل هذه المصانع في بعض الدول المتقدمة. كما تلجأ هذه المنظمات إلى بيع السلع التالفة والملوثة إشعاعياً أو الضارة بالصحة أو المعيبة وأيضاً المتقادمة، وذلك من خلال بيعها بأسعار منخفضة للتخلص منها بواسطة بعض المستوردين بالدول النامية والذين يسلكون سلوكاً غير أخلاقي أيضاً (الأهرام الاقتصادي، 1998/11/23).

ومن المشاكل التي تواجه المستهلك مشكلة التعامل مع مراكز الصيانة، حيث تتزايد الشكوى من ابتزاز بعض هذه المراكز التي تتكون من شقة صغيرة، بالإضافة إلى التجاوزات في سعر تقديم الخدمة، وعدم وجود العمالة الفنية المدربة على الإصلاح بها، وقيامها بتركيب قطع غيار مستعملة أو مغشوشة (الأهرام الاقتصادي، 1999/9/27). وتزداد حدة ما سبق مع انحراف لدى بعض العاملين في أجهزة الرقابة، مما يؤدي إلى تسرب السلع المختلفة، سواء الاستهلاكية أو الكهربائية أو المترلية غير المطابقة للمواصفات بالسوق(الأهرام، 2003/7/3).

وعلى الرغم من أن هناك قوانين تجرم أفعال الغش، خاصة تلك المتعلقة بالأغذية والعقاقير الطبية، فإن هذه الوسيلة غير كافية لحماية للمستهلك، نتيجة تطور أساليب الغش وتنوعها، خاصة بعد استخدام التكنولوجيا الحديثة في أساليب الغش والخداع، وذلك مثل نزع بيانات الصلاحية أو إعادة التعبئة للمنتج وإضافة مواد تظهره في ثوبه الجديد بعد انتهاء مواعيد الصلاحية. ومن هنا تأتي أهمية حماية المستهلك لنفسه عن طريق الجمعيات الأهلية (سميحة القليوبي، 1993:131).

5-غياب الوعي لدى بعض المستهلكين بحقوقهم: يعتبر المستهلك نفسه في كثير من الأحيان أحد المعوقات التي تحول دون التطبيق الصحيح للقوانين، إما بسب عدم معرفته بها أو لسبب اضطراره لسوق سلبي مثل التعامل مع السوق السوداء، للحصول على بعض السلع الأساسية والتي يحتاج إليها. وبشكل عام فإن نجاح وفعالية النظام القانوني والمؤسساتي لحماية المستهلك يتوقف في كثير من الأحيان على المستهلك نفسه (أحمد عبد الهادى،2003 : 59).

ومن مظاهر سلبية المستهلك في مصر تفضيله التخلص من السلعة عند اكتشافه تلفها، بدلاً من إبلاغ السلطات المختصة أو إعادة بيعها، وإذعانه لدفع أكثر من قيمة الخدمة

أوالسلعة، مع عدم اتخاذ إجراء إيجابي(عبد الستار أبو عشرة، 1999: 46). ومن أسباب سلبية المستهلك قبوله لأي مستوى من المعاملة، وقلة وعيه بحقوقه، والتسامح كصفة سـائدة في المجتمع.

المبحث الثالث: الدور الفاعل والمرتقب للمنظمات غير الحكومية في حماية المستهلك

1- نشأة وتطور الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك: يعتبر النشاط الأهلي في مجال حماية المستهلك في مصر حديث النشأة، حيث كانت الدولة هي المسئولة عن تقديم الخـدمات والإنتاج المباشر، خاصة بعد ثورة 23 يوليو 1952. ولذلك كان مرفق التموين حكوميـاً على مستوى الإنتاج والتوزيع والإدارة والمسئولية، ومن ثم لم يكن هناك بديل أمام المواطن سوى الإذعان لما يقدم له(حسن جميعى، 1996: 83).

وفي إطار التحويلات السياسية التي شهدتها مصر والمتمثلة في الاتجاه إلى الأحزاب السياسية، وحرية المعلومات والتعبير عن الرأي، فقد ازداد الاهتمام بإنشاء جمعيات حمايـة المستهلك، لكي تقوم بالتعبير عن مصالح المستهلك والدفاع عن حقوقه.

وبالإضافة إلى ما سبق، ما ترتب على التحولات الاقتصادية في مصر من وجـود سوق مفتوح وغير مقيد وتدفقات سلعية مستمرة متعددة المصادر، مع كثرة المشـروعات الخاصة العاملة في مجالات توفير السلع والخدمات. وهذا الاتساع في السوق يعني احتمـال عدم قدرة أجهزة الرقابة الرسمية على الانتشار الكافي، من حيث الفاعلية أو الإمكانيـات والقدرات. ومن هنا فإن جمعيات حماية المستهلك هي إحدى الدعائم الرقابية التي يمكن أن تساعد الأجهزة الرسمية (حسن جميعى، 1996:90).

وفي إطار التحولات السابقة أنشئت **الجمعية المركزية المصرية لحماية المستهلك** في عام 1994، حيث جاء على لسان رئيسها أن من أهم أسباب إنشاء الجمعية هو اتجـاه الدولة في السنوات الأخيرة لاقتصاديات السوق الحر، الأمر الذي تطلب الاهتمام الشـديد بضرورة ضبط السوق ورقابته لحماية المستهلك من التلاعب. وهذا الدور الرقابي لابـد أن يشارك الحكومة فيه المجتمع المدني في صورة الجمعيات الأهلية وغيرها من الجهـات غـير الحكومية(الأخبار،2000/4/24) .

وقد تأسست الجمعية المصرية المركزية لحماية المستهلك في 1994/12/31 كأول جمعية مركزية لحماية المستهلك في مصر، وذلك للعمل على حماية المستهلك، من خـلال

تسليط الضوء على حق المستهلك في السلامة بحصوله على منتج صحي سليم خال من كل صور الغش والتدليس والتلاعب والتلوث وحقه في اختيار المنتج المناسب بالسعر التنافسي، دون تعرضه لممارسات احتكارية، والعلم بمواصفات المنتج وبياناته التجارية، دون خداع أو غش أو تحايل أو طرق تأثير كاذبة أو مضللة أو ممارسات غير مشروعة. كـذلك تركـز الجمعية على حق المستهلك في حماية عادلة فعالة تتمثل فيما يوقع من المنحرفين من معوقات جنائية وفي التعويضات المدنية الرادعة، فضلاً عن العناية الخاصة بحقوق المستهلك في كل ما يتعلق بالطفولة والأمومة.

وفي عام 1996 أنشئت الجمعية القانونية القومية لحماية المستهلك وهي جمعيـة مركزية مقرها الدراسات والبحوث الفنية لنظم الاستهلاك وحماية المستهلك بكلية الحقوق – جامعة القاهرة – ومن أهم أهداف هذه الجمعية إعادة النظر في المنظومـة التشـريعية لحماية المستهلك ودعم دور الجمعيات في الادعاء المباشر والـدعاوى الجماعيـة (حسـن جميعى،1996 : 38).

وبالنسبة لعدد الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك في مصر، فإنه تجدر الإشارة في البداية إلى عدم الدقة في البيانات المتعلقة بذلك، سواء الجمعيـات المتخصصـة في حمايـة المستهلك أو التي تكون التوعية الاستهلاكية من بين أنشطتها، وكدليل على ذلك أن بعض الجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك تذكر أيضاً في نطاق الجمعيات الأهلية التي تعتبر حماية المستهلك بالنسبة لها نشاطاً فرعياً.

ويقصد **بالجمعيات الأهلية المتخصصة** في حماية المستهلك أنها قامت ونشـأت كمنظمة غير حكومية تستهدف حماية المستهلك ويعتبر حماية المستهلك نشـاطا أصـيلا وأصليا تمارس بها الجمعية نشاطها الاجتماعي، وبذلك تختلف عن الجمعيات الأهلية غـير المتخصصة في حماية المستهلك، حيث لا يقوم نشاطها على حماية المستهلك، ولكن يسمح لها بإضافة نشاط حماية المستهلك وتوعيته ضمن أنشطتها الفرعية.

وبصفة عامة، فإن عدد الجمعيات الأهلية الخاصة بحمايـة المسـتهلك كمـا في الجدول رقم (1) يصل إلى 49 جمعية. وتتركز هذه الجمعيات في محافظة القاهرة 18 جمعية بنسبة 36.7% تليها محافظة الجيزة 8 جمعيات بنسبة 16.3% ، ثم 5 جمعيـات بمحافظـة الإسكندرية و 4 بالبحيرة. كما أن هناك 8 محافظات بكل منها جمعية واحدة.

وقد أصدرت وزارة التأمينات والشئون الاجتماعية قراراً يسـمح للجمعيـات الأهلية بإضافة نشاط حماية المستهلك إلى نشاطها المعتاد. و حددت مهلـة سـتة أشـهر

للجمعيات لتعديل لوائحها ونظمها لتكون حماية المستهلك من بين أهداف هذه الجمعيات. ولذلك وصل عدد الجمعيات الأهلية المضاف إليها نشاط التوعية الاستهلاكية إلى 165 جمعية توجد في 14 محافظة على مستوى الجمهورية، مما يعني أن هناك 7 محافظات أخرى لا تمارس فيها الجمعيات هذا النشاط، بالإضافة إلى مدينة الأقصر. كما أن الجمعيات الأهلية المعنية بتوعية المستهلك – غير المتخصصة – تتركز في محافظات القليوبية (21.2%) ، والقاهرة (10.3%)، وقنا (15.7%) ، وبني سويف (17.5%)، والإسكندرية (12.1%). ويقابل ما سبق أن هناك محافظات لا توجد بكل منها سوى جمعيتين أو ثلاث لممارسة نشاط توعية المستهلك (دمياط، الشرقية، الفيوم، المنيا، سوهاج، أسوان، الوادي الجديد).

ولتأسيس جمعية أهلية لحماية المستهلك، فإن هناك مجموعة من الإجراءات (وزارة التموين والتجارة الداخلية، 2003) يتعين الوفاء بها تتمثل في:

أولاً: قيام الجمعية العمومية التي تتكون من مؤسسين بانتخاب نائب عنهم وبتوكيل منهم، وذلك لإتمام إجراءات شهر الجمعية.

ثانياً: تقديم طلب لمديرية أو إدارة الشئون الاجتماعية التابعة لها الجمعية.

ثالثاً: شراء أوراق الشهر (النماذج) من الاتحاد الإقليمي للجمعيات في شارع الجلاء بالقاهرة نظير مبلغ شامل كرسوم.

وهذه النماذج عبارة عن: اللائحة الخاصة بالجمعية ويستخرج منها، والجمعية العمومية، ومجلس الإدارة، ونموذج التفويض وعدده نسخة واحدة، ونموذج عقد التأسيس وعدد كل منها عشر نسخ، وصورة من عقد الإيجار أو التمليك الحقيقي للمقر الخاص بالجمعية.

رابعاً: بعد استيفاء هذه النماذج يتم تحديد رسم قيد العضوية ورسم الاشتراك الذي قد يكون شهرياً أو نصف سنوي أو سنوي، حسب ما يذكر في اللائحة الخاصة بالجمعية. وعندئذ يتم اختيار اسم الجمعية وعنوان المقر الدائم لها.

خامساً: يقوم نائب المؤسسين بتقديم هذه النماذج بعد استيفائه إلى الإدارة الخاصة بالجمعيات والقائمة بمديرية الشئون الاجتماعية التابع لها عنوان الجمعية المراد إشهارها.

سادساً: بعد الحصول على موافقة الجهات المختصة يتم إصدار قرار الموافقة على شهر الجمعية وتمارس نشاطها الاجتماعي في مجال حماية المستهلك.

2- اختصاصات جمعيات حماية المستهلك: للتعرف على أنشطة الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك، فإن ذلك يتطلب بداية التعرف على اختصاصات هذه الجمعيات أو أهدافها، وذلك على الوجه الآتي:

– **تمثيل المستهلكين:** تُعد مسألة تمثيل المستهلكين من أهم الأدوات التي تعمل على ربط الأفراد عديمي الخبرة مع أصحاب المهنة والحرفة. ويمكن بطبيعة الحال لجمعيات حماية

المستهلك أن تنظم هذه العلاقات غير المتكافئة، من خلال ممارسة الرقابة في مجال الجودة المطلوبة، والأمان المنشود من السلع والخدمات، مع السعي إلى تسهيل حصول المستهلك على أجودها (ميرفت عبد المنعم، 1999 :48) وفي هذا الإطار، يمكن أن تعبر الجمعيات الأهلية عن رغبات المستهلكين وآرائهم ونقلها إلى الأجهزة الرسمية. ويمكن لهذه الجمعيات المشاركة مع الجهات المعنية في الدولة في رسم السياسة التشريعية.

– **تقديم المعلومات اللازمة وتوعية المستهلك**: تضطلع جمعيات حماية المستهلكين بدور الشريك والمساند الذي يقدم المعلومات التي يحتاجها المستهلك في صيغة مبسطة ومفهومة وتقدم المعونة التي يحتاج إليها المستهلك إلى من يساعده ويدافع عن حقوقه. وتؤدي جمعيات حماية المستهلكين هذا الدور من خلال الارتقاء بوعي المستهلك وثقافته الاستهلاكية، وشرح أساليب الغش وكيفية رصد ظواهره، ومعاونة أجهزة الرقابة الرسمية على التعرف على مظاهره، وتنظيم أساليب إبداء الاعتراض على السلوك الضار بالمستهلك، وتشجيع المستهلكين على مقاطعة السلع التي لا يلتزم منتجوها بالمواصفات، وتعريف المستهلك بحقوقه وكيفية الدفاع عنها ومساعدته في ذلك.

– **مساندة المستهلك في الحصول على حقوقه**: من أهم وسائل مساعدة المستهلك ومساندته عند وجود نزاع بينه وبين مُقدم السلعة أو الخدمة هو العمل على تحسين التشريعات الخاصة بحماية حقوق المستهلك والتي تمكنه من اللجوء إلى القضاء، للحصول على حقه. وفي هذا الصدد، فإن الجمعيات الأهلية تتولى تمكين المستهلك من حق التقاضي والحصول على تعويضات، والدفاع عن حقوق المستهلك في مواجهة المنتجين، وحمايته من الدعاية الزائفة أو المعلومات غير المطابقة للحقيقة.

– **الرقابة على مواصفات السلع**، من خلال الاختبارات الفنية والمعملية وقوائم المقارنة بين مواصفات السلع.

وللجمعية المصرية المركزية لحماية المستهلك في سبيل الوصول إلى أغراضها، وتحقيق أهدافها العمل والتنسيق والتعاون مع الجهات المعنية في الدولة، من أجل(حسن جميعى،1996: 50):

– إبراز مواصفات المنتج وبياناته وعلاماته التجارية والخاصة بالتركيب أو المحتويات أو المكونات وتاريخ الإنتاج والصلاحية، وغير ذلك، وعلى أن يكون ذلك في موضع واضح وبطريقة يسهل قراءتها ويتعذر التلاعب فيها بالترع أو المسح أو التزييف أو التحريف.

– إقامة الندوات وعقد المؤتمرات وإعداد البحوث والدراسات وإصدار النشرات، بهدف توعية المستهلكين بأساليب وطرق حماية وحفظ حقوقهم المشروعة فيما يتعلق باستهلاك المنتجات.

– إنشاء مكاتب خبرة لتقديم العون للمستهلك، لتيسير حصوله على حقوقه المشروعة وتدارك ما قد يلحقه من أضرار عند الاعتداء عليه، خاصة إذا كان هذا الضرر يمثل خطراً قد يستفحل أثره ويعم على شريحة كبيرة من المستهلكين في المجتمع، إذا لم يتم التنبيه إليه في الوقت المناسب.

– إعداد قاعدة للبيانات الأساسية. فنية وتشريعية، تضم كل القوانين واللوائح والقرارات المتعلقة بحماية المستهلك وبيانات المنظمات ذات الصلة بأنشطة حماية المستهلك.

3– تقييم لدور وأنشطة الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك في مصر: نظراً لحداثة نشأة جمعيات حماية المستهلك، فإن دورها في تشكيل وعي المستهلك لم يتبلور بالحد الكافي حتى الآن، وما زالت في إحدى مراحل عدم وضوح الصلاحيات والاختصاصات. كما أن عدد الجمعيات الخاصة بحماية المستهلك الحالية ما زال محدوداً، فضلاً عن وجود محافظات ليست بها جمعية واحدة لحماية المستهلك. ونتيجة لذلك، فإن البعض يصف هذه الجمعيات بأنها حبر على ورق أو أنها (أكذوبة) (الوفد،1999/8/20).

إلا أننا لابد في ضوء تقييم هذه الجمعيات – المتخصصة وغير المتخصصة في حماية المستهلك– أن نوضح دورها وتقييم هذا الدور الذي تلعبه، فالجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك تقوم بتعريف الجمهور بالسلع المقلدة والأصلية، تقوم الجمعيات الأهلية غير المتخصصة بدور هام في توعية المستهلك في جميع المؤسسات العامة والخاصة، حيث أنها منوطة بهذا الدور لأن هذه الجمعيات غير المتخصصة مترسخة بقوة في المجتمع من خلال دورها التطوعي واحتكاكها بالطبقة المتوسطة وعديد من شرائح المجتمع، وترسيخ العمل الأهلي المتعلق بالتنمية.

تقوم الجمعيات غير المتخصصة بالمتابعة المستمرة للأسواق لملاحظة مدى الالتزام بمتطلبات حماية المستهلك في الأسعار والجودة والضمان، وكذلك متابعة البيانات والإعلانات والتنزيلات والعروض الترويجية وعدالة شروط البيع وغير ذلك من جوانب المعاملات، وأخذ ما يلزم من إجراءات، بينما تختص الجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك بدراسة الشكاوى المقدمة من المستهلكين والتحقيق فيها، والعمل على إيجاد الحلول المناسبة بشأنها أو إحالتها إلى الجهات القضائية المختصة.

تصدر الجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك تراخيص البطاقات التسويقية وعروض التصفية كما تصدر تصاريح التخفيضات والعروض الترويجية.

أما بالنسبة إلى نشاطات الجمعيات الفكرية فما زالت تنحصر بين عقد الندوات والمؤتمرات وإصدار الدوريات، مع عدم وجود توازن بين هذه الأنشطة وتركز هذه المؤتمرات على ثلاث ركائز أساسية يقوم عليه دور الجمعيات نحو حماية المستهلك وهى: حماية المستهلك بالنسبة للسلع، والخدمات مثل التعليم والصحة والتجارة والتأمينات، وكذلك القرارات التي تخدم المستهلك وتحميه مثل الجمارك والكهرباء والتليفونات.

ولكن على المستوى العملي، يرى رئيس الجمعية المركزية لحماية المستهلك أن نشاط هذه الجمعيات في مصر محدود ولا تقوم بدور فعال في حماية القطاع الذي تعمل فيه، خاصة القطاعات التي تمس صحة الإنسان مثل جمعيات حماية البيئة والمستهلك (الأخبار، 2000/4/24) كما أنه ليس بإمكان الجمعية إقامة دعوى ضد منتج لصالح المستهلك، حتى لو ثبتت مخالفته وعدم أمانته في مراعاة الشروط والمواصفات الصحية للغذاء، وأضاف قائلاً إن الجمعية تعاني من نقص التمويل وعدم وجود قانون يدعم موقفها وتحركاتها وأنشطتها(الأخبار، 2000/4/24).

ولعل من المفيد نقل تجربة واحدة من أكبر الجمعيات المتخصصة في حماية المستهلك وهى الجمعية المصرية المركزية لحماية المستهلك – والتي قد توضع بعض تحديات تقف في وجه نشاط هذه الجمعيات – حيث قامت الجمعية بمشروع الكشف عن سلامة الأغذية من خلال التحليل الكامل لبعض المنتجات التي تنتجها الشركات المصرية، ويقبل عليها المستهلكون وخاصة اللحوم المصنعة، فقد بدأت الجمعية في أخذ عينات من هذه اللحوم المصنعة خضعت لثلاث أنواع من التحليلات وهى التحليل الكيماوي للكشف عن مدى مطابقة المنتج للمواصفات الصحية القياسية، ثم التحليل البيكتريولوجى للكشف عن جميع أنواع البيكتريا المرضية، والتحليل التغذوى لمعرفة القيمة الغذائية للمنتج، وتقوم الجمعية بتحليل العينات في معامل وزارة الزراعة على أن يتم تحليل منتجات كل مصنع على حدة ثم الإعلان عن نتائج هذه التحليلات عبر صفحات الصحف، مع إبلاغ وزارة التموين بأية نتائج غير مطابقة للمواصفات الصحية، إلا أن بعض الشركات المنتجة للحوم قد شككت في مصادر التمويل التي تعتمد عليها الجمعية، الأمر الذي أدى إلى عدم استمرار هذا النشاط الذي بدأته، وهنا يأتي دور الدولة المفترض أن يقوم بدعم نشاط هذه الجمعيات والوقوف معها لأنه يمثل حماية للمستهلك وليس للجمعية.(الأهرام الاقتصادي، 2000/12/21)

ومن المشاكل التي تواجه الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك، كما جاء على لسان رئيس الجمعية الإعلامية لحماية المستهلك بطء الجهات الرقابية في التحقيق في الشكاوى التي تقدمها لها الجمعيات وبطء النتائج التي تتوصل إليها. وهذا يؤدي إلى اهتزاز ثقة

المستهلك في عمل الجمعيات وقدرتها على حمايته، إذ عليه الانتظار لعدة شهور، حتى يتم التحقق من شكواه وحمايته. أيضاً في حالة عدم تأكد الجمعية من صلاحية أية سلعة أو منتج، فإنها لا تعرف الجهة التي يمكن أن تشكو إليها، ذلك أن العمل بالجمعيات عمل تطوعي ولا توجد خبرات كافية في كشف أساليب الغش، خاصة في الأجهزة المنزلية والكهربائية. ولذلك، تم التأكيد على أهمية عقد دورات تدريبية لأعضاء الجمعيات وضرورة إيجاد تخصصات فنية في الجمعيات المساهمة في كشف أساليب الغش والتدليس (الأهرام الاقتصادي، 1997/10/27).

وترى رئيسة جمعية حماية المستهلك للإعلاميات أن نشاط حماية المستهلك ما زال محدوداً ، على الرغم من بدء اتفاقية الجات وأخذ المجتمع المصري بآليات السوق الحرة. ومازال دور الجمعيات يقتصر على الدعوة والوعي، نتيجة احتياج تلك الجمعيات للكوادر المدربة التي يمكنها أن تواكب فكر حماية المستهلك (الأهرام الاقتصادي، 1997/10/27).

والحقيقة أن ضعف الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك يجب النظر إليه في إطار دور المجتمع المدني بصفة عامة في مصر، فعلى الرغم من تزايد عدد المبادرات التطوعية وتنوعها فيما يتعلق بالبنية الأساسية للمجتمع المدني في السنوات الماضية، فإن العمل التطوعي مازال محدوداً. وتتفاقم أزمة النزوع للعمل التطوعي، حيث تشير الظواهر والدراسات الميدانية إلى انسحاب الشباب من ساحة العمل التطوعي، وكذلك تراجع المرأة حتى في الميدان التقليدي لها وهو الجمعيات الأهلية. وهذا التراجع له أسباب عديدة منها : الضغوط الاقتصادية ، والسباق التاريخي لتطور النظام السياسي في مصر ، والثقافة العامة للمجتمع المدني التي لا تحتفي كثيراً بالعمل التطوعي في مقابل ترحيبها الشديد بالعمل السياسي في دوائر الدولة والحكومة.

وتنتهي دراسة عن " تطور المجتمع المدني في مصر " إلى أن المجتمع المدني في مصر ما زال يمر بمرحلة انتقالية بالغة الصعوبة والتعقيد، وما زال في مرحلة جنينية، وبالتالي لم تستقر بعد عملية اعتماد قواعد للأداء المهني المتميز (أماني قنديل ،1999 : 141).

4- تفعيل دور الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك: على ضوء ما سبق، ولكي تضطلع الجمعيات الأهلية بدورها في حماية المستهلك، فإنه يقترح ما يلي:

أ) **التوسع في إنشاء الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك:** يجب تشجيع إنشاء الجمعيات الأهلية لحماية المستهلك، سواء كجمعيات متخصصة في هذا الشأن أو أن يكون نشاط حماية المستهلك من بين أنشطة الجمعيات الأهلية التي تعمل في ميادين ومجالات أخرى. كما يجب أيضاً تشجيع المواطنين على الاشتراك في عضوية هذه الجمعيات حتى يكونوا قناة

اتصال بين المستهلكين والوزارة، أسوة بما هو معمول به في الدول المتقدمة، حيث يقوم أحد أعضاء الجمعية باستقبال المواطنين وتلقي شكاواهم ورفع تقارير إلى الوزارة التي يعتد بها رسمياً (بريطانيا، هولندا، كندا).

ب) تمكين جمعيات حماية المستهلك من تأدية دورها: لتمكين جمعيات حماية المستهلك من تأدية دورها، فإن ذلك يستلزم ما يلي:

– أن تتضمن السياسات والتشريعات وسائل فعالة لتشجيع إنشاء جمعيات حماية المستهلكين، وتمكينها من أداء دورها، بحيث تصبح هذه الجمعيات مصدراً رئيسياً لتقديم المعلومات للمستهلكين عن السلع وأنواعها ومواصفاتها، ومدى مطابقتها لمواصفات الجودة، وكذلك الخدمات التي يرغبون في الحصول عليها.

– الاستعانة بأعضاء جمعيات حماية المستهلك في مكاتب حماية المستهلك واشتراكها في الوساطة أو التحكيم في المنازعات بين المستهلكين والتجار، على أن تكون الأحكام الصادرة عن اللجان التي تتشكل من هذه المكاتب والجمعيات ذات صفة قضائية.

– التنسيق بين جمعيات حماية المستهلكين في المحافظات والمجلس الدائم لحماية المستهلك، من خلال عقد لقاءات مشتركة بينها.

– أن يكون لجمعيات حماية المستهلك الحق في رفع دعاوى قضائية للدفاع عن المستهلكين، أسوة بما هو موجود في دول أخرى كالدول الأوروبية والولايات المتحدة الأمريكية، وذلك في حالة اكتشاف غش في السلع والمنتجات المطروحة في السوق.

– النظر في إمكان منح بعض ذوي الخبرة والمؤهلات من أعضاء مجالس إدارات جمعيات حماية المستهلك صفة الضبطية القضائية، حيث تستلزم بعض الحالات التدخل الفوري والحازم، "خاصة أن العديد من الجمعيات تضم أساتذة جامعات وأفراداً من ذوي الخبرة الكافية التي تمكنهم من أداء الرقابة الشرعية بصورة فعالة " .

– إنشاء مكتبة لكل جمعية ومكتبة متخصصة للاتحاد النوعي تضم كافة الموضوعات المتعلقة بحماية المستهلك والمواصفات القياسية وتبادل النشرات والكتيبات وأخبار ثمرات وتوصياتها مع الاتحادات والجمعيات الأخرى لحماية المستهلك.

ج) تدعيم الموارد المالية لجمعيات حماية المستهلك: لتمكين جمعيات حماية المستهلك من تأدية دورها، فإنه يتعين مساعدتها في الحصول على التمويل الكافي، ليكون لديها جهاز إداري وفني مدرب قادر على إعداد المشروعات التي تمكنها من الحصول على تمويل من الجهات المانحة المختلفة لأداء رسالتها المتنوعة. ويمكن دعم الموارد المالية لجمعيات حماية المستهلك، من خلال ما يلي:

– البحث عن مصادر جديدة لتمويل جمعيات حماية المستهلك، كالقطاع المصرفي، ففي الدانمارك يتم تمويل هذه الجمعيات من القطاع المصرفي، باعتبار أن للبنوك دوراً اجتماعيا

واقتصاديا. كما يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن تصدر بعض المطبوعات والدوريات التي يمكن أن تحقق عائداً لها.

– تخصيص نسبة 1% من بند الخدمات المخصصة من الشئون الاجتماعية للجمعيات التعاونية الاستهلاكية، لتمويل الجمعيات المهتمة بحماية المستهلك.

– تخصيص نسبة من الغرامات وناتج المصادر في جرائم الاعتداء على حق المستهلك في تمويل الجمعيات.

– إعطاء مساحة أكبر للشفافية في التعامل مع قضية التمويل بشكل عام، سواء في شكله الداخلي أو الخارجي، خاصة الأخير، لما يصاحبه من تركز في أنشطة معينة من العمل الأهلي تثير معه شبهة التدخل الأجنبي والتعرف على الوزن النسبي لكل منهما (تمويل محلي ودولي).

د) التوسع في أنشطة جمعيات حماية المستهلكين: من الملاحظ أن جمعيات حماية المستهلك تركز على عقد الندوات والمؤتمرات، والمشاركة فيها، في حين أن هناك أنشطة أخرى لا تحظى بنفس الاهتمام من قبل هذه الجمعيات. وهنا يمكن لجمعيات حماية المستهلك أن توسع من أنشطتها، بحيث تشمل الأنشطة التالية:

– ضرورة تحديد أهداف واضحة لعمل كل جمعيات يمكن تحقيقه في فترة زمنية معقولة (سنة مثلاً) واتخاذ كافة الإجراءات الكفيلة بتحقيق هذه الأهداف ومراجعتها وما تحقق منها وما لم يتحقق وأسباب ذلك.

– إنشاء معارض دائمة لحماية المستهلك في القاهرة والمحافظات، بحيث تعرض صوراً ونماذج متعددة من المضبوطات المخالفة وتعريف المستهلكين بجميع الحيل التي يلجأ إليها التجار والمنتجون، بهدف الغش التجاري والترويج دون وجه حق على حساب المصلحة العامة للمواطنين. ويمكن للجمعيات أن تعلن قائمة (سوداء) بأسماء التجار والمنتجين الذين يسببون إضراراً بمصلحة المستهلكين ويلجأون للغش التجاري والاحتكار وعرض سلع منتهية الصلاحية. إن جمعيات حماية المستهلكين يمكنها أن تشكل قوة تعاونية يعمل التجار والمنتجون لها حساباً عند تحديد الأسعار وعرض السلع، لأن هذه الجمعيات تستطيع أن تؤثر على قرارات الاستهلاك بطريقة غير مباشرة وعن طريق التوعية والضغط على الأجهزة الحكومية، لاتخاذ إجراءات مصادر في حالة ارتفاع الأسعار، بحيث تعود إلى أسعارها السابقة وبما يتفق مع آليات العرض والطلب.

– التركيز على توعية المستهلك، من خلال تكثيف لقاءات التوعية والدورات التدريبية المماثلة والتعريف بحماية المستهلك.

– إصدار مجلات ودوريات لحماية المستهلك على غرار الدول الأخرى. وأوضح مثالين لهذه الصحافة الخاصة بالمستهلكين هما صحيفة " ماذا نختار، وصحيفة خمسين مليون

مستهلك " ، اللتان توزعان بأعداد كبيرة في فرنسا. وبالإضافة إلى الصحافة عامة كانت أم متخصصة، فإن الإذاعة والتليفزيون هما من الوسائل التي تلجأ إليها جمعيات حماية المستهلكين لتحقيق التوعية بخصائص السلع والخدمات وأسعارها.

– التنسيق بين التشريعات واللوائح المرتبطة بمنظومة حماية المستهلك، والانتهاء من التشريع المتخصص لحماية المستهلك.

– أن تقوم كل جمعية من جمعيات حماية المستهلك بإعداد تقرير دوري (مرة كل ثلاثة أشهر) عن إنجازات الجمعية ومدى إسهاماتها في حل مشاكل المستهلك مع تحديد المشكلات والمعوقات التي تواجهها في تأدية رسالتها وتبادلها مع غيرها من الجمعيات الأخرى بمختلف نوعياتها ومحافظاتها، بهدف الاستفادة من تجارب كل منها وتذليل الصعوبات التي تواجهها عن طريق الاتحاد النوعي.

– عقد دورات تدريبية متخصصة لأعضاء الجمعيات، للتعرف على وسائل الغش والتدليس وكيفية التعرف عليها وكيفية التعامل مع التاجر غير الشريف والمستغل.

هـ – اقامة الندوات الإذاعية والتلفزيونية: بحيث تتناول الندوات التعريف بحقوق المستهلك ويمكن عقد لقاءات مع الطلاب في الجامعات للتعريف بأنشطة أندية حماية المستهلك وإلقاء الضوء على مسودة قانون حماية المستهلك. مع توزيع نشرات للجمهور في المؤسسات العامة والخاصة، أيضا يمكن للجمعية نشر التوعية والمفاهيم الخاصة بحقوق المستهلك من اجل حماية المستهلك في ظل المستجدات العالمية الراهنة في عالم التجارة ووجود الشركات العالمية العابرة للحدود والانفتاح الاقتصادي العالمي.

و– يمكن للجمعيات الأهلية المتخصصة في حماية المستهلك وهى التي تؤدى دورا بارزا في العمل التطوعى أن تحوى الكوادر بها العديد من الفنيين لعمل تقارير لصالح المستهلك توضح نتائج اختبارات علمية وعملية لصلاحية وجودة السلع الاستهلاكية وتعرض على المستهلك لاختيار ما يناسبه منه وأيضا مقارنة الجودة بالأسعار، يتم ذلك عن طريق النشرات الإعلامية والمواقع الالكترونية على شبكة الانترنت، وهى خبرة دولية فقد سبقت بها أمريكا في الثلاثينات من القرن الماضي، حيث تم إنشاء جمعية المستهلك في أمريكا في الثلاثينات وتم اصدر أول مجلة تحت عنوان تقارير المستهلكين الذي تضمن نتائج الاختبارات العلمية لجودة بعض السلع الاستهلاكية الجديدة ومقارنة أسعارها ومساعدة المستهلك بعرض النتائج عليه لاختيار ما يناسبه، ولاحقا في الستينات تكونت في إنكلترا وهولندا و الدانمارك وبلجيكا ومن ثم انتشرت في بقية الدول (البرازيل يوجد فيها 60 جمعية، الهند (يوجد فيها 25 جمعية) وبعد تحضير مطول دام عشر سنوات تم عقد المؤتمر التأسيسي للإتحاد الدولي لجمعيات حماية المستهلك عام 1960 (IOCU) وتم تعديل هذا

الاسم عام 1993 ليصبح المنظمة الدولية للمستهلك (CI) وأصبح لها مقرات فرعية في إفريقيا وآسيا وأوروبا وأفريقيا الشمالية واللاتينية والمقر الرئيسي للمنظمة العالمية للمستهلك حاليا في لندن، علما أن عدد الدول التي لها علاقات معها بلغ عام 2004 ما يزيد عن 180 دولة. وبالتالي يمكن الاستفادة من الخبرة الدولية في تفعيل دور المنظمات غير الحكومية لحماية المستهلك من خلال تبادل المعلومات والمجلات والنشرات الدورية التي تهم حماية المستهلك، و إقامة علاقات جيدة مع المنظمات الدولية ذات العلاقة لتمثيل المستهلكين والدفاع عن مصالحهم لديها.

النتائج والمقترحات :

1- أن الأجهزة الرقابية والجهات الأخرى الحكومية المعنية بتقديم الخدمات المختلفة غير كافية لحماية المستهلك في المرحلة الراهنة ولابد من اعتماد آلية جديدة لذلك في ضوء التحديات المستقبلية.

2- لا يوجد تعارض بين المهام المحددة للجهات الحكومية في مجال حماية المستهلك والمهام الخاصة بجمعية حماية المستهلك و وجودهما بأن واحد يكمل بعضهما البعض، وهي لمصلحة المستهلك.

3- جمعية حماية المستهلك منظمة شعبية حيادية تطوعية لا علاقة للدولة بها ويؤسسها نشطاء المجتمع من كافة فئاته الاجتماعية (العلمية والاختصاصية في المجالات المختلفة الحقوقية من الاتحادات الشعبية المختلفة (نسائية حرفية شبيبة) والنقابات (هندسية طب زراعة صيدلة) وغرف (التجارة الصناعة الزراعة وغيرها...) .

4- هناك ضرورة ملحة لوجود تشريعات وآليات للرقابة على الأغذية والبذور والأعلاف التي قد تكون محورة وراثيا وضرورة تأمين مستلزماتها للقيام بالأبحاث التي تؤكد السلامة الصحية للمستهلك، وحتى يتم توفير ذلك يفضل تأجيل الزراعات بالبذور المعدلة وراثيا حتى يثبت سلامتها بشكل نهائي.

5- ضرورة إعادة النظر بأنظمة الرقابة على المواد والخدمات، بحيث يؤمن منع الازدواجية ووحدة المعالجة والتوسع في تشكيل اتحادات متخصصة تقوم بالرقابة الذاتية وتقدم التسهيلات اللازمة لإدخال أنظمة الجودة لديها.

6- التعاون مع المنظمات المعنية بحماية المستهلك الإقليمية والعربية والدولية للاستفادة من خبراتها في مجال حماية المستهلك.

7- السعي للتعاون مع المؤسسات الإعلامية لإعداد برامج موجهه تهدف خلق الوعي لدى المستهلك حول السلع والخدمات المتعلقة بصحته وتوعيته بمضار الدعايات والإعلانات التجارية المضللة.

8- إعطاء أولوية لتعديل كافة التشريعات التي تعنى بحماية المستهلك لتحديثها بما يتوافق مع متطلبات المرحلة القادمة.

9- يجب الاستفادة من العولمة بانتقاء إيجابياتها (ثورة المعلوماتية الاتصالات) والدخول في حركة التطور بما يلائم مصالحنا الوطنية والقومية.

10- تطوير منظومة المؤسسات التعليمية والبحثية وأجهزة الرقابة وتوفير مستلزماتها (البشرية المادية .....) للاستفادة من خدماتها لمصلحة المستهلك.

11- ترشيد الاستهلاك من خلال دراسة أنماط الغذاء الرئيسية ووضع البرامج المناسبة لتحسين أساليب اختيار الأغذية التي تحقق المتطلبات التغذوية لجميع الفئات.

12- إجراء الدراسات المتعلقة بالغش التجاري والتقليد ونوعية الخدمات المختلفة التي تقدم (تعهدات خدمات تعليمية خدمات صحية خدمات رقابية الخ) لتحديد منعكساتها على المستهلك والمجتمع بآن واحد ووضع الآليات المناسبة لحفظ حقوق المستهلك.

13- إقامة الندوات و اللقاءات العلمية لتعريف المستهلك بطرق الغش ومؤشرات الجودة وحقوقه وواجباته.

14- الاهتمام بالإنسان المكلف بتقديم الخدمات للمستهلك والاهتمام بتربيته بشكل سليم ابتداء من المترل والمؤسسات التعليمية والسعي لتوفير مستلزمات ذلك.

15- تقديم العون المعنوي للجمعيات الأهلية العاملة في مجالات حماية المستهلك وتشجيع القطاع الأهلي علي تشكيل المزيد منها وتنظيم أداء عمل هذه الجمعيات وهو دور تناط به الحكومة.

16- الإسراع في تعديل قانون الجمعيات الأهلية ومنح جمعيات حماية المستهلكين الصلاحية القانونية في الرقابة على الأسعار ومتابعة أعمال الاحتكار.

جدول رقم (1)

الجمعيات الأهلية المتخصصة وغير المتخصصة في حماية المستهلك في مصر

م	المحافظة	الجمعيات الأهلية المتخصصة		الجمعيات الأهلية غير المتخصصة		الإجمالي	
		العدد	%	العدد	%	العدد	%
1	القاهرة	18	36.7	17	10.3	35	16.3
2	الجيزة	8	16.3	9	5.4	17	7.9
3	الإسكندرية	5	10.2	20	12.1	25	11.6
4	البحيرة	4	8.1	–	–	4	1.8
5	بور سعيد	3	6.1	–	–	3	1.4
6	الفيوم	2	4.0	2	1.2	4	1.8
7	الشرقية	2	4.0	2	1.2	4	1.8
8	أسوان	1	2.0	2	1.2	3	1.4
9	شمال سيناء	1	2.0	–	–	1	0.46
10	كفر الشيخ	1	2.0	–	–	1	0.46
11	الغربية	1	2.0	–	–	1	0.46
12	مطروح	1	2.0	–	–	1	0.46
13	المنوفية	1	2.0	9	5.4	10	4.6
14	بني سويف	1	2.0	29	17.5	30	14.0
15	أسيوط	1	2.0	–	–	1	0.46
16	دمياط	–	–	4	2.4	4	1.8
17	القليوبية	–	–	35	21.2	35	16.3
18	المنيا	–	–	5	3.0	5	2.3
19	سوهاج	–	–	3	1.8	3	1.4
20	قنا	–	–	26	15.7	26	12.1
21	الوادي الجديد	–	–	2		2	0.9
	الإجمالي	**49**	**100**	**165**	**100**	**214**	**100**

المصدر : شبكة المنظمات غير الحكومية بمصر 2005 www.ngo.eg/stat.htm

المراجع

أولا: المراجع العربية

1- أحمد الرفاعي (1994) ، الحماية المدنية للمستهلك ،القاهرة، اصدار المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية .
2- أحمد إبراهيم عبد الهادي(2003) ، إدارة المبيعات وحماية المستهلك ، القاهرة مركز الدراسات القانونية والفنية جامعة القاهرة .
3- الإدارة العامة للإرشاد الاستهلاكي وحماية المستهلك(2003) ، حماية المستهلك ،القاهرة، اصدار وزارة التموين والتجارة الداخلية .
4- أماني قنديل (1999) . تطور المجتمع المدني في مصر ، القاهرة .مجلة عالم الفكر ، المجلد السابع والعشرون ،العدد الثالث ،يناير – مارس .
5- الأهرام ، 1997/7/18 .
6- الأهرام المسائي ، 2000/8/12 .
7- جريدة الأخبار ، 2000/4/24 .
8- جريدة الأخبار ، 2000/4/24 .
9- جريدة الأهرام ، 2000/7/1 .
10- جريدة الأهرام ، 2003/7/3 .
11- جريدة الشعب ، 1997/7/18 .
12- جريدة الوفد ، 1997/8/20 .
13- جمال صيام (1997)، المنافسة وحماية المستهلك في الدول العربية في ظل الجهات والمتغيرات العالمية ، بحث مُقدم إلى ندوة حماية المستهلك في العالم العربي ، جامعة القاهرة ، كلية الحقوق ، مركز الدراسات القانونية والفنية، 6 – 7 إبريل سنة 1997 .
14- حسن عبد الباسط جميعى (1996) ، حماية المستهلك : الحماية الخاصة لرضاء المستهلك في عقود الاستهلاك القاهرة ،مركز الدراسات القانونية والفنية بجامعة القاهرة .
15- حمدي عبد العظيم (1998) ، حماية المستهلك في ظل المتغيرات العالمية الجديدة ، مجلة شئون السوق، العدد الأول ، أكتوبر 1998، القاهرة .
16- زينب عبد العظيم (2002) ، الدور المتغير للمنظمات غير الحكومية في ظل العولمة ، كلية الاقتصاد والعلوم السياسية ، جامعة القاهرة ، اصدار مركز الدراسات الأسيوية .
17- سميحة القليوبي(1993) ، مواصفات الجودة في المنتجات الغذائية والدوائية وسياسات حماية المستهلك ، مدخلات عملية وقانونية في مصر وسوريا ، القاهرة ، دار النهضة المصرية .
18- شهدة الباز(2002) ، المنظمات الأهلية العربية على مشارف القرن الحادي والعشرين : محددات الواقع وآفاق المستقبل، القاهرة ، اصدار لجنة المتابعة لمؤتمر التنظيمات الأهلية العربية .
19- عبد الستار أبوعشرة (1999) ، حماية المستهلك بين النظرية والتطبيق القاهرة ، دار الغد العربي.
20- عطية حسين أفندي (1996) ، ظاهرة المنظمات غير الحكومية وتصنيفاتها ، الأهرام الاقتصادي ، القاهرة ، مركز الأهرام للطبع والنشر.
21- المجالس القومية المتخصصة (2004) ، دراسة بشأن حماية صحة المستهلك ،القاهرة، اصدار شعبة الخدمات الصحية بالمجلس .
22- مجلة الأهرام الاقتصادي (1998) ، العدد 1529 بتاريخ الاثنين 23 نوفمبر ، القاهرة ، مركز الأهرام للطبع والنشر.
23- مجلة الأهرام الاقتصادي ، 27 أكتوبر سنة 1997 .
24- مجلة الأهرام الاقتصادي ، 27 سبتمبر 1999 .
25- مجلة الأهرام الاقتصادي ،عدد ديسمبر 2000 .

26- مجلة الأهرام الاقتصادي(1997) ، 27 سبتمبر 1999 . القاهرة ، مركز الأهـــرام للطبـــع والنشر .
27 - مجلس الشوري(1995) ، حماية المستهلك ، تقرير لجنة الشئون المالية والاقتصادية ، القـــاهرة ، المجلس .
28- المجلس القومي للخدمات والتنمية الاجتماعية (2003) ، حماية المستهلك في ظل بـــرامج الالاح الاقتصادي ، القاهرة ، دار الفكر العربي .
29- محمود المراغي(1998) . تعليق على تقرير حماية المستهلك ، مجلة شئون السوق ، العدد الأول ، القاهرة.
30- مصطفي السعيد (1998) ، الجرائم الاقتصادية المستحدثة ، القاهرة ، المركز القومي للبحـــوث الاجتماعية والجنائية .
31- معهد التخطيط القومي(2000) ، تقرير التنمية البشرية ، القاهرة، مطبوعات معهد التخطيط .
32- ميرفت عبد المنعم (1999) ، الحماية الجنائية للمستهلك ،القاهرة ، النسر الذهبى للطباعة والنشر .
33- ناظم حنفي (1999) ، حماية المستهلك في ظل اتفاقية الجات ، مجلة شئون السوق ، العدد الثالث ، مايو 1999 .
34- وزارة التموين والتجارة الداخلية (2003) شارك معنا في حماية نفسك بنفسك القاهرة : الوزارة ، الإدارة العامة للإرشاد الاستهلاكي وحماية المستهلك .
35- وفد ، 1997/7/24 .

ثانيا : المراجع الأجنبية

1- David Korten, “Third Generation NGO Stratifies: A Key to people-centered Development, “ World Development 15, Supplement, 1990).
2- Lester N. Salamon & An Herike “ Search of non profit Sector”, The Johns Hopkins copaktive nonprofit Sector project guide, No (1), Baltimote, 1989.
3- Marco Padron “ non government development organization form development Aid to development Corporation Oxford Program , 1987.
4- Mgkel Priton“ Strategic issue in development Report workshop an Training for NGO, London, 19991.
5- Moltton Eshak , " The role of voluntary organization in emerging democracies”, The Oanish Central for human Rights, USA, IIE, 1993.
6- Olena P. Masly akivska “ Role of non government organization in development go operation research paper ،UNDP, Yale Collaborative Program 1999, Research Clinic, New Havon, 1999.
7- Rebrf F. King, PHP “ Towards a classification of organization, Indiana University, Blooming, April, 1995.
8- Rollpm. Kramet “ Voluntary Agencies in Welfare State “ University of California Press Bek eleyanw . Los Anglos, Californium 1981.
9- Stroyed Foyd“ Research Report Pet Formance Review for NGO”, Grass Root development, Vol 15, No 2, 1991 .
10- United Nation Development program “ Non government organization in Islamic Republic & Iran : Asitation Analysis” UNDP Iran, 1994.
11- Voot Hiesos“ Working with non – government using Bank Fund”, Workinhapet, No.(16), World Vision, New York, 1999.